



مسئولية الاعلام تجاه تجارب التقليد في المجتمع العربي المعاصر

الدكتور : ابو بكر باقادر

الرياض

1408 هـ - 1987 م

مسئولية الاعلام تجاه تجارب التقليد في المجتمع العربي المعاصر

الدكتور أبوبكر باقادر*

تعيش المجتمعات الانسانية اليوم عصر الاتصالات الجماهيرية (وسائل الاعلام)، بأنواعها المختلفة وتباين ما تقدمه، والوظائف المختلفة التي تؤديها، وفعالية هذه الوظائف ومدى تأثيرها على المجتمعات الانسانية. هذا ولا يعيش اليوم مجتمع ما بمعزل عن الاحتكاك الثقافي والاعتماد المتبادل مع المجتمعات الانسانية الأخرى.

والمجتمع العربي يعيش وسط هذه الدوامة، دوامة الاحتكاك الثقافي، يقوم فيها المجتمع العربي بدور المقلد والمتفاعل مع المواد التي تقدمها وسائل الاتصال الجماهيرية، على أن المجتمع العربي في وضع مستهلك ومستهدف في هذا الاحتكاك والاعتماد المتبادل - أي أنه تبادل احادي الجانب - مما يجعل المجتمع العربي في وضع خارج عن ارادته يجعله يفكر ملياً في هذا الاحتكاك، يدرس ويقيم هذا الاحتكاك. دواعيه ونتائجه.

ومن أبرز جوانب هذا الاهتمام والدراسة اثاره التفكير العميق حول المستهدفين من هذا الاحتكاك الثقافي في المجتمع العربي: عمرهم، دخلهم، مستواهم التعليمي واهتماماتهم الثقافية وأخيراً مواجهة السؤال الملح على هذا المجتمع عن كيفية مواجهة المد الثقافي وإيجاد صياغة جادة وجديدة عن دور ومسئولية الاعلام وبالذات فيما يخص العلاقة الثقافية بين المجتمعات الانسانية والمجتمع العربي.

(*) كلية الآداب. قسم الاجتماع. جامعة الملك عبدالعزيز جده.

سنحاول في هذا البحث معالجة دور وسائل الاتصالات الجماهيرية (وسائل الاعلام) وتوضيح أثرها في الاحتكاك الثقافي وخاصة في علاقة المجتمع العربي بذلك مع التعرف على الايجابيات والسلبيات الناجمة عن هذا الاحتكاك، اضافة الى التعرف على مدى استهداف "الشباب" ذكوراً وإناًاً وما يمكن أن ينجم عن هذه الاتصالات. وفي الختام تقييم مبدئي لدور ومسئولية الاعلام واقتراح بعض الأفكار - بناء على التقييم - لصياغة جديدة لمواجهة الاحتكاك الثقافي القائم.

ونقصد بوسائل الاعلام كافة الوسائط لنقل رسالة أو فكرة ما الى جمهور عام سواء كان محدداً بعينه أو بمواصفاته، وتتميز وسائل الاعلام الحديثة بأنها متعددة الأشكال، متباينة الوسائل فهي مسموعة، مشاهدة، مقروءة، ومحسوسة على شكل سلوك وخلافه، هذا ولقد أخذت وسائل الاعلام في صورها العديدة وسائل مختلفة في ايصال رسالتها مستخدمة ما تقدمه التكنولوجيا الحديثة وفعاليتها للوصول الى أكبر عدد من الجمهور المستهدف والعام، اضافة الى تعدد أشكالها فالمسموعة مثلاً لم تعد محصورة في الخطب والندوات محصورة بزمان ومكان محددين وجمهور محدد وقامت الاذاعات وأجهزة التسجيل بمختلف أنواعها بايصال الرسائل الى جماهير واسعة وليس بالضرورة محدودة بوقت أو مكان.

وكذلك المقروءة فهي في أشكال منها الاعلان والنشرة والجريدة والمجلة والكتاب، أما المشاهدة منها فهي التلفزيون والسينما والفيديو والفيديوديسك ولاشك سيكون هنالك الكثير من الجديد، وقربت وسائل المواصلات الحديثة احتكاك المجتمعات حسيا ببعضها البعض مما جعل أشكال السلوك التي بدأت تظهر في شكل ظواهر اجتماعية في مجتمع ما تنتقل من مجتمع لآخر وبصورة سريعة حاملة معها قيماً وفلسفات وأفكاراً. بمعنى ان وسائل الاعلام جعلت امكانيات انتقال المعلومات والأفكار متعددة ومنتشرة وميسرة.

ومما يلفت الانظار ويستحق العناية والتفكير ان هذه الامكانيات تقوم فعلا بنقل المعلومات والأفكار والقيم بل وهي وسيلة تربوية وترويجية لا يمكن الاستغناء عنها. فوسائل الاعلام هي التي يعتمد عليها كل المجتمعات لتلقي وفهم بل وتشكيل الأحداث والأخبار سواء كانت هذه الأخبار سياسية أو اقتصادية أو رياضية أو علمية أو غيرها بحيث ان زمن تلقي المعلومات من غير هذه الوسائل لا يعتد به أو يعتمد عليه، وأصبحت هذه الوسائل هي المنبر الرسمي وغير الرسمي لبث الأفكار والقيم سواء كانت هذه الأفكار والقيم سياسية ايدلوجية أو دينية أو مذهبية

ونظرا للامكانيات الهائلة والمتعددة لوسائل الاتصال هذه فانها غدت أهم وسيلة لتشكيل الرأي العام الدولي والمحلي فهي الوسيلة لتعليم الجماهير وتسليتهم وتوجيههم.

بسبب ما تقدم تعددت وظائفها فهي أداه سياسية توجيهية هامة هي وسيلة ترويجية للسلع والأفكار والمبادئ بل هي وسيلة اقتصادية مربحة بما تدره من ارباح بصفقتها وسيلة ترويجية وتعليمية حتى غدت موادها تعامل أحيانا كسلعة - وان كانت سلعة لها دلالاتها وقيمتها المميزة - حيوية هامة، بل أصبحت أحيانا وسيلةً لابتزاز وتجهيل بل والسيطرة على المجتمعات والجماهير لايجاد وتشكيل وخلق أنماط استهلاكية جديدة.

ولما كان تأثير وفعالية هذه الوسائل كما توضحه النظريات المختلفة الدارسة لها يفوق التوقع والتصور خاصة قدرتها على احتكار توصيل وتوزيع المعلومات والأخبار يجعلها تكتسب قوة وجبروتا منقطعي النظر وسحرا لا يقاوم مما يزيد من فعالية وتأثير ما تبثه من أفكار ومعلومات.

اذا أخذنا كل ما سبق ذكره بجدية ولاحظنا ان وسائل الاعلام هذه خاصة فيما يتعلق بمادتها الاعلامية محصورة ومحتكرة في مجتمعات محددة بعينها

- بالطبع نحن نتحدث على أساس النسبة المئوية - لأمكننا أن نقسم العالم الى عالم منتج للمادة الاعلامية وعالم مستهلك لها فقط ، اي مجتمعات معينة هي التي تشكل وتحدد المادة الاعلامية التي ينبغي ان تعرف أو تستقبل أو تقرأ وعلى بقية المجتمعات الانسانية ان تتلقى وتستوعب وتتفاعل - ولكنه تفاعل أحادي - مع هذه المادة الاعلامية .

واذا اعتبرنا ان انتاج المادة الاعلامية يشكل رأسمال ثقافي فان بعض المجتمعات استطاعت ان تجعل من تراكمه مادة اقتصادية تبلغها من فرض هيمنتها الفكرية وتصورها لما يجب ان يكون عليه النظام الدولي..بمعنى ان عملية الانتاج هذه تحولت قوة قد تكون امضي من قوة السلاح والمال معا مع جمعها لتأثيرها بل وتفوقها عليهما . وتصبح المجتمعات المستهلكة في وضع تلق دائما مما يجعلها مادة طيعة التشكل ازاء ما يصلها مما يهددها في قيمها وفلسفاتها وعاداتها بل في هويتها الثقافية والقومية .

ومما يزيد من سوء الوضع ان امكانيات تغلغل وانتشار وتأثير هذه الوسائل في اتساع وما تقدمه تكنولوجيا العصر من وسائل لتحسين أداء هذه الوسائل وادخال وظائف وفعاليات ومجالات جديدة عليها تكاد تكون غير محدودة بل ان سرعة ووسع انتشار تغطيتها يتزايد مع الأيام بحيث أصبح العالم "قرية اعلامية" كما أعلن ماكلهون .

هذه الحقائق وهذا الواقع الذي لايمكن تجاهله أو انكاره وسع دائرة الاحتكاك الثقافي بين المجتمعات وأصبحت النظريات المختلفة المرتبطة بالتقليد الثقافي وطرق انتقال الثقافة (الأفكار والقيم والعادات والمنتجات المادية والمعنوية) من مجتمع لآخر تأخذ شكلا آخر .

فليس الإشكال هو الكيفية التي تنتقل بها أو إمكانية الانتشار، بل أصبح الإشكال هو الطرق المختلفة التي تستقبل بها المجتمعات هذه المادة الاعلامية وتنوع الاستجابة أو المقاومة لديها إزاءها.

فنظرية ايفرت روجرز وزملائه تحدد فئات المجتمعات الى مستجيبين أوائل ومترددین ورافضين وتحاول ان تسبر أغوار كل فئة تدرس خصائصها والأسباب التي تجعلها تسلك سلوكها.

والملفت للنظر ان النظرية تنظر للمادة الاعلامية «كسلعة» يمكن ان تصدر وتسوق في أشكال جذابة مغرية، ولما كانت عملية «التسويق» هذه مهمة لمصالح عديدة ولأسباب ودواعٍ لا يمكن حصرها ولأن العالم قد اتصلت أجزاؤه أصبحت عملية توجيه الاستهلاك الثقافي من القضايا الهامة للمصدرين والمستهلكين.

بالنسبة للدول العظمى - وهي الدول المصدرة الرئيسية للمادة الاعلامية اليوم - تصبح عملية الاستهلاك هامة وخطيرة فهي وسيلة الدعاية والسيطرة بل والاستعمار عن طريقها. يمكن ان تصبح لها الدول الاخرى بل وشعوبها منقادة طيبة.

أما بالنسبة للمجتمعات المستهلكة فيصبح غزوا فكريا وتسلطاً وازهاً وتدخلًا وتوجيهاً لتلك المجتمعات في بنيتها الأساسية "ذاتيتها وكيانها"

والمجتمع الاسلامي. وخاصة العربي منه .. بسبب موقعه "الوسط" الاستراتيجي ومكانته الثقافية والحضارية والتاريخية ولما له من أهمية سياسية واقتصادية دوليا ولأنه محط أنظار وأطماع الدول العظمى فاننا - لهذا كله - لا نستغرب ان يكون موضع استهداف وقصد.

لذا - فاننا لا نستغرب كثافة المادة الاعلامية الموجهة لمنطقته بلغاته . ولا نكون قد جانبنا الواقع ان قلنا ان منطقة الشرق الأوسط من أكثر المناطق في العالم استقبالاً لمادة اعلامية متعددة المصادر .

ويتضح ذلك من التركيز على وسائل الاعلام الاذاعية، يليها الكتاب (المادة الاعلامية المقروءة) وأنواع محددة من المادة المشاهدة لأسباب تكنولوجية في الوقت الحاضر

ولما كان المجتمع العربي عامة مجتمع صاحب "ثقافة شفاهية" فان أكثر الوسائل أهمية ورواجا المسموع والمشاهد منها . وهي التي تطورت في الأزمنة الحاضرة، والجدير بالذكر ان هذه الوسائل يصعب بل يستحيل فرض رقابة فعالة عليها ومن ثم لا يمكن السيطرة على مادتها الاعلامية أو التضييق على التقاطها من المستهدفين بمادتها . على عكس المقروء والسلوكي . ولما كانت هذه الوسائل بالذات من خصائصها تقديم الأفكار والقيم والمعلومات في صورة ترويجية جذابة تصعب في أحيان كثيرة مقاومتها أو رفضها .

وتعتبر المجتمعات الغربية من أهم مصادر تصدير المواد الاعلامية ولهذه المجتمعات قيمها وعقائدها وفلسفاتها بل ومطامعها وطموحاتها وعداؤها التاريخي للعالم العربي وقيمه ودينه وحضارته وتاريخه . لذا فان استغلال خطورة وفعالية هذه الوسائل تستخدم استخداما مبيتا في شكل غزو فكري مركز.. ويقف العالم العربي صامدا أمام هذا المد بكافة أنواع المقاومة التقليدية معتصما بمكونات حضارته ولكن المقاومة موقف سلبي لاشك انه يهن أو يضعف ان استمر الهجوم وتعددت وسائله وفعاليته .

لذا . يجد العالم العربي نفسه - وستزداد وطأة ذلك مستقبلا - عاجزا وذلك لأن عملية الانتقاء والاختيار والتفضيل أصبحت في خضم الكم الهائل المصدر أو المستقبل صعبة ان لم تكن مستحيلة .

وتزداد وطأة هذه الحالة اذا أدركنا ان المصدرين يعرفون الكيفية المثل في نشر مادّتهم الاعلامية وتوجيهها الى المجموعات الاجتماعية المختلفة فالشباب الذين هم - عادة - أكثر تأثراً وتقديراً للحضارة الغربية ومعطياتها يكونون أقل مقاومة من كبار السن الذين أحياناً لا يدركون مرامي المادة الاعلامية في صورتها المقصودة. مما يشكل فجوة بين الأجيال، وأخطر تلك الفجوات ما كان منها في الاستهلاك الثقافي.

وأدى تفاوت الدخل داخل المجتمع العربي الى خيارات جديدة ومتعددة للاستهلاك الاعلامي وبالذات في المشاهد منها والسلوكي مما يخلق ازدواجية في الاستهلاك على أساس الدخل، وعلى الرغم من ان مستوى التعليم يؤدي عادة الى تحسين نوعية الاستهلاك الثقافي وخاصة ما يشكل رأسمال ثقافي في شكل مواد علمية جادة الا اننا نلاحظ في العالم العربي ميلاً للاستهلاك الترويحي البذخي حتى عند الجماهير المتعلمة، ويمكن أن يُعزى ذلك الى فعالية وصرامة مراقبة هذه المواد الاعلامية - التي عادة ما تكون في شكل مقروء وهي الاسهل للمراقبة - اضافة الى انها مادة اعلامية تتطلب جهداً ووقتها غير عابر لهضمها وفهمها ودراستها، وهي عادة ما تكون ذات أشكال لا تثير سوى فضول اقلية وعلى عكسها فان المواد الاعلامية الترويحية الاتجاه تعكس صورة مكانة اجتماعية عالية وذلك بفضل الاستهلاك الباذخ والهرج المحيط بها والانطباع العام المعروفة به

خلقت هذه الأوضاع وضعاً ثقافياً جديداً يتميز بالعالمية - عالمية غربية المنحنى والمحتوى - والسطحية وعدم الجدية حتى في معالجة الأمور الجادة خاصة ما يتعلق بالقيم والدلالات العميقة لمعاني الأشياء - واستمرارية التغير والتبدل بل وتحويل الثقافة الى سلعة تتجاذبها تيارات الموضة وعوامل السوق.

واستطاع هذا الوضع الى درجة ما تقليص دور الذاتية الثقافية وعطاء الثقافة المحلية وان ابرت عليها عوامل المقاومة لدى مجتمع ما فانها تتحول الى فلكلور كثقافة بادت. ويجب ان تعامل على هذا الأساس فهي للمتعة وليست للتفكير أو الحياة.

ويتضح ذلك في اتجاهات الاستهلاك الثقافي في العالم العربي فاننا نجد ان الاتجاه العام لا يبشر بدور فعال وتصميم جاد لتمكين الثقافة الأصلية ان تلعب دورها الرائد وعلى العكس فتحت معظم القنوات الثقافية على تصيد واستقبال الثقافة العالمية في صورتها التي وضعت سواء كان ذلك بشكل رسمي أو غير رسمي

ولقد بدأت نتائج هذا الوضع تبرز على السطح فالجميع يلاحظ التغيرات العديدة في بنية المجتمع العربي وذلك في أنظمتها الاجتماعية وقيمه وأفكاره وطرق واسلوب حياته في الملبس والمأكل التي يمكن ربطها ربطاً مباشراً بهذه المواد الاعلامية الوافدة. والصورة تكون أجلى وأوضح في مجموعة الشباب الذين لهم دور بارز في تسيير المجتمع العربي.

وما يحير هو ان الاندفاع تجاه تقمص وتبني هذه المادة الاعلامية وانها تتم بسرعة مذهلة ودونما تأمل او تفكير بحيث أن أموراً كثيرة كانت من الركائز الثقافية أصبحت فلكلور لا وجود له الا في المتاحف او في صور محنطة، وادت السرعة المتهورة الى عدم توفر الوقت للتفكير بل حتى لهضم ووعي هذه الثقافة الوافدة مما يشكل اضافة الى اضاءة ركائزنا الثقافية وهويتنا دونما وجود مبرر حقيقي وما يتم تبنيه يتم بشكل سطحي قشري وبصورة متغيرة مما ينفي فكرة الأصالة او العمق في الاستهلاك الثقافي وبذلك تنتفي الجدية والدراسة والتأمل في حياتنا، بحيث أصبحت مجتمعاتنا مشغولة عن نفسها حتى أصبح التفكير في الذات أمراً غير وارد.

قد يتهمني البعض من العرض السابق بأنني قد بالغت واسقطت على الاعلام دورا خطيرا وصورت الوضع في شكل متشائم جدا بحيث يصبح السؤال عن امكانية مواجهة هذا المد الثقافي ملحّة ان كان الوضع كما ذكر قبل ان اعالج مسألة المواجهة أود أن أؤكد أن الوضع قد يكون أخطر مما صورته وعبرت عنه . ومن لم يصدق فليراجع ما كتب عن الموضوع وأثره حتى في المجتمعات المصدرة نفسها وكيف ان من يتحكم في وسائل الاعلام يتحكم في المجتمع في كافة مجالاته .

اضافة الى ان العالم العربي - مع الأسف - منطقة مكشوفة اعلاميا ليس فيها وسائل مواجهة او مقاومة او بدائل قوية ازاء ذلك المد العارم .

اذا اردنا بالمواجهة احاطة مجتمعنا بسياج لايمكن من خلاله ان تنفذ هذه السموم والمخاطر فأحب أن أؤكد أن ذلك مستحيل على ضوء الواقع المعاصر فالعالم بسبب تكنولوجيا الاتصالات المتقدمة أضحي فعلا "قرية اعلامية" والمستقبل يزيد من تأكيد فعاليتها وشمولها . اضافة الى ان مجتمعا ما - حتى لو حاول ان يعزل نفسه عن العالم - سيجد ان من غير صالحه ان يحرم نفسه من ثمرات وخير هذه الوسائل بل ان قراراً مثل ذلك سيؤدي الى تخلف ذلك المجتمع وتجهيله .. على الرغم من استحالة امكانية أي مجتمع القيام بذلك على أية حال .

بناء على ما سبق فان المجتمعات لاختيار لديها في التعامل أو عدم التعامل مع وسائل الاعلام ومواجهة تبعاتها . ومن ثم على المجتمعات اما ان تستسلم لغلواء وتأثير وسائل الاعلام وبذلك تصبح فريسة سهلة ، بحيث تصبح مجتمعات تابعة ، وللأسف تشكل دول العالم الثالث قطاعاً كبيراً من هذه المجتمعات .

أما الخيار الآخر - وهو في نظري الخيار الحقيقي الوحيد - فهو ان يقدم المجتمع منافساً بديلاً من ثقافته ومجتمعه بحيث يستقبله الجمهور ويستعيضه عن تلك القنوات الوافدة العالمية المفروضة. ولكن هذا الخيار هو الخيار الصعب فايجاد تلك المادة المنافسة ليس مما يسهل توفره، ولا اريد ان استفيض حول هذه النقطة فهذا هو موضوع دور ومسئولية الاعلام والاعلاميين العرب.

ولكن ما أحب أن أؤكدّه هو ان البرنامج الحسن الاعداد مادة واخراجاً يكسب جمهوراً غفيراً حتى إن كانت مادته علمية دسمة بل ان هذه المادة هي التي تخلق ولاء الجمهور المستهلك وليست السطحية والاثارة العابرة التجارية هي الأصل كما يدعي أصحاب الأعمال التجارية البحتة

وتلخيصاً فإننا نلاحظ أن وسائل الاتصال الجماهيرية في صورها المختلفة المتعددة المتطورة دائماً لها تأثير عميق في تشكيل الرأي العام وتوجيه رغباته واثارة غرائزه بل حتى خلق احتياجات جديدة لم تكن موجودة. وتقوم وسائل الاعلام بهذا الدور معتمدة على الاثارة والسطحية والتغير المستمر - في الغالب - ولكن ينبغي ألا نتجاهل الفعالية والتأثير اللذين تتركهما هذه الوسائل ومن ثم الاشادة بأهميتها كوسائل لا يصلح الأفكار والقيم وانها ان أحسن استخدامها ستعطي أفضل النتائج.

وبناء على ما سبق أن ذكرت. أقترح التالي:

١ - ينبغي على المجتمعات العربية المسلمة ان تدرك خطورة وسائل الاعلام الجماهيرية ومدى فعالية التأثير الذي تتركه على الجمهور، خاصة أن المنطقة مستهدفة اعلامياً، لذلك عليها ان تعمل جاهدة على تقديم مواد اعلامية محلية منافسة حتى تتمكن من توجيه وخدمة المواطن على أحسن حال وبأفضل وسيلة

- ٢ - ينبغي ان تدرك المجتمعات العربية المسلمة ان المادة الاعلامية الحسنة الاعداد ذات المحتوى الجيد يمكن ان تنافس ويتقبلها الجمهور وان ما يقال عن تقبل الجمهور للمواد الاعلامية الهابطة ليس صحيحا
- ٣ - ينبغي ان ندرك بأن وسائل الاعلام تخلق الاحتياجات والاستهلاك لدى المشاهد والمستمع والقارئ ومن ثم بامكان الأجهزة الرسمية ان تستخدمها لرفع مستوى المواطن وان تخلق في المواطن الرغبة في العمل الجاد البناء اضافة الى استهلاك الثقافة العالمية.
- ٤ - يمكن للمجتمع العربي - بصورة جادة - ان يحول وسائل الاعلام الرسمية من جهاز رسمي للدولة الى ان يكون اضافة الى ذلك وسيلة فعالة وهامة في نشر الوعي السياسي والصحي والتنموي والاجتماعي والثقافي، بحيث تصبح هذه الوسائل قنطرة هامة لرفع مستوى المواطن وزيادة مشاركته في تنمية ورقي الوطن.
- ٥ - زيادة استخدام وسائل الاعلام للتعليم .. خاصة أن المجتمع العربي يتميز بمعدلات عالية من الأمية الحرفية والوظيفية وهذه الأمية تقف حائلا أمام رقي وتطور المجتمع. بل ان السلطة المركزية وجمهور المثقفين مسئولون مباشرة كقيادات للمجتمع عليها ان تقوم بواجباتها في خدمة المجتمع بتكثيف جهوده للتخلص من آفة الأمية
- ٦ - على المجتمعات العربية ان تعمل مخلصه لحماية شعوبها من التأثير السلبي لوسائل الاعلام خاصة الوافد منها وان تعتبر هذه الحماية مهمة وملحة وان تكون في شكل «أمن اعلامي» يهدد بناءها الاجتماعي وذاتيتها الثقافية ومصالحها المباشرة.
- ٧ - ان تعتبر قضية ايجاد البديل الاعلامي الجاد والمنافس مهماً وان تعمل بجهد على تكوين الأطر الفنية القادرة على القيام بأعباء هذه المهمة وان يكون ذلك من الأولويات الملحة.

٨ - ان تهتم وسائل الاعلام بصورة جادة بأمور الشباب على أساس أنهم عنصر حيوي وحساس في بنية المجتمع العربي المسلم.

هذا. وفي الختام نأمل ان تؤدي القيادات الثقافية مسئوليتها في التعاون مع أجهزة ووسائل الاعلام في اداء مهمتها بالنقد والتوجيه والمشاركة الفعالة وأن تستجيب وسائل الاعلام لتطور المجتمع العربي بل وتكون اداة فعالة وحاسمة في توجيه المجتمع والاسراع بتطوره وتفوقه.